

## Studi Kepustakaan Mengenai Tantangan Pengembangan Smart Tourism di Bandung, Jawa Barat

Shifa Regitha Alfiani <sup>a,1</sup>, Ida Ayu Suryasih <sup>a,2</sup>

<sup>1</sup> shifaralf08@student.unud.ac.id, <sup>2</sup> idaayusuryasih@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

### Abstract

*This study aims to determine the challenges found in the process of developing smart tourism in the city of Bandung so that it can be used as a reference in developing strategies for developing smart tourism in other cities. Smart Tourism is dynamic because it moves hand in hand with the Information and Communication Technology (ICT) revolution. It is the existence of ICT that encourages the tourism sector to be "smarter" in improving the quality of its performance and services. This study uses a qualitative descriptive research method with a literature approach from previous research that raises relevant topics; smart tourism Bandung. The data was analyzed from several articles from Research Gate and Google Scholar which had previously gone through a filtering process with several features. The results of the study show that apart from obtaining many benefits, the development of smart tourism in the city of Bandung also faces many challenges. Among them are communication and linkages between stakeholders, the application of sustainable technology, marketing destinations, to facilities and infrastructure supporting tourism activities*

**Keyword:** Smart tourism, Bandung, Tantangan, Studi Kepustakaan

### I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi mendorong adanya revolusi industri 4.0 dimana otomasi, big data, teknologi robot, *artificial intelligence* (AI), dan *internet of things* (IoT) berkembang. Melihat fenomena perkembangan teknologi yang sangat cepat di seluruh dunia, tidak heran konsep "smart" diterapkan secara besar-besaran pada hampir seluruh sektor industri (Pribadi, 2021). Salah satunya adalah pariwisata, dan dikenal juga dengan istilah "smart tourism".

"Smart" dalam *smart tourism* memiliki makna yang complex. Konsep *smart tourism* terbentuk dari proses analisis dan pengumpulan data yang digabungkan dengan tren teknologi terbaru untuk menghasilkan pengalaman perjalanan yang lebih bermakna, efisien, dan berkelanjutan (Gretzel et al, 2015). Data yang dikumpulkan dan diolah berupa data infrastruktur fisik, koneksi sosial, dan sumber lainnya yang tersedia di institusi baik pemerintah maupun swasta untuk selanjutnya disediakan kepada turis (Felicetti et al, 2015).

Konsep *smart tourism* telah banyak diadopsi di beberapa kota di dunia sejak waktu yang lama. Salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan pengembangan *smart tourism* nya adalah Kota Bandung. *Smart tourism* Bandung termasuk ke dalam program pengembangan *smart city* yang sedang digaungkan Pemerintah Daerah Bandung sejak tahun 2016 (Bachrian, 2021). Pada Januari 2022, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemenkominfo RI) menobatkan Bandung sebagai kota terbaik dari 100 kota yang menerapkan sistem *smart city* di Indonesia dengan penilaian skor akhir 3,71 dan tingkat *improvement* 0,37 untuk inovasi yang diterapkan pada seluruh sektor, baik di bidang teknologi hingga pelayanan masyarakat. Program-program pengembangan *Smart City* Bandung lainnya yaitu: *Smart Government, Smart Education, Transportation (Smart Transportation, Smart Parking), Health Smart, Energy (Smart Grid/ Smart Environment, Community/ Social (Smart Society, Smart Reporting, Bandung Passport), Finance (Smart Payment), Trading (Smart Commerce)* (Bachrian,

2021). Sebagai *leading sector* bagi pendapatan daerah, pariwisata menjadi topik yang menarik untuk dibahas di dalam pengembangan *smart city* Bandung khususnya mengenai tantangan dan hambatan yang dihadapi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang ditujukan untuk memperoleh data secara mendalam dan utuh. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Tanzeh, 2011). Sedangkan untuk pengumpulan data, penulis menggunakan studi kepustakaan melalui artikel jurnal yang memiliki relevansi dengan penelitian. Penggunaan data ini bertujuan untuk melengkapi penelitian supaya lebih valid. Sebagaimana diungkapkan oleh Zed (2004) yang menyatakan bahwa studi kepustakaan merupakan penelitian yang memanfaatkan sumber kepustakaan untuk memperoleh data penelitian, sehingga dalam penelitian ini referensi kepustakaan menjadi sumber utama. Adapun lebih khusus kata kunci yang digunakan dalam mencari artikel adalah “*smart tourism*”, “tantangan” dan “Kota Bandung”, lalu ditemukan beberapa artikel jurnal berikut:

Tabel 1. Referensi Artikel

No.	Judul dan Tahun Publikasi	Penulis
1.	Implementasi Bandung Smart City untuk Mewujudkan Smart Tourism Destination (2021)	Fauzan Akbar Bachrian, Ida Bagus Suryawan
2.	Tourist Experience dari Smart Tourism Destination: Studi Kasus Kota	Linda Puspita Sari, Any Noor,

	Bandung, Jawa Barat, Indonesia (2020)	Acep Unang Rahayu
3.	Potential of Smart Tourism Destination in Bandung City (2020)	Dwiesty Dyah Utami, Endang Komesty Sinaga, Metta Karuna Desiria, Nurwinda Febriani, Revanni Anggraini Prayitno

Pemilihan artikel-artikel di atas berdasarkan pada beberapa kriteria, yaitu: dipublikasikan dalam kurun 5 tahun terakhir (2019-2023), tersedia dalam *full text*, dan relevan dengan topik yang dibahas.

Analisis data dari artikel menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman (dalam Nugraha, 2014) yang difokuskan pada kajian tentang tantangan dalam pengembangan *smart tourism* untuk memahami potensi, sehingga pengembangan pariwisata Kota Bandung dapat lebih optimal kedepannya. Data yang diambil juga didukung dengan data dari website resmi Kota Bandung [smartcity.bandung.go.id](http://smartcity.bandung.go.id) untuk melengkapi hasil penelitian. Penulis memahami adanya kekurangan dalam proses pemilihan artikel, analisis, dan pengkodean arsip dalam *search engine* yang digunakan, sehingga mungkin terdapat beberapa literatur relevan yang dikecualikan karena parameter dan persyaratan yang diterapkan pada *search engine*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Efisiensi pembangunan *smart city* Bandung berfungsi secara optimal untuk menyelesaikan masalah dari hampir seluruh sektor yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya untuk masyarakat, pengembangan konsep *smart city* Bandung juga berfokus secara seimbang kepada wisatawan, sehingga pada artikel pertama dijelaskan bagaimana *smart city* dan *smart tourism destination* saling bersinergi untuk membangun Kota Bandung. Tantangan dalam mengimplementasikan *smart city* untuk mewujudkan *smart tourism destination* yang dibahas pada artikel ini adalah komunikasi antara *stakeholder* dan penerapan teknologi di destinasi. Komunikasi yang terjalin antara *stakeholder* masih kurang baik sehingga beberapa sektor di dalamnya tertahan untuk berkembang, seperti minimnya pengetahuan masyarakat lokal mengenai konsep pembangunan pariwisata dan kurangnya keterkaitan antara pemerintah dan organisasi pariwisata. Tantangan lainnya adalah teknologi yang belum terintegrasi dengan optimal di destinasi wisata sebagaimana konsep *smart tourism destination*, hal ini ditunjukkan dengan kurangnya akses media informasi online seperti akses jalan, alamat, informasi kontak dari destinasi wisata, lokasi hotel, penginapan, dan data lain yang terkait dengan pusat informasi ke destinasi wisata (wisatabdg, 2019) Beberapa destinasi wisata di Kota Bandung juga belum menerapkan pondasi-pondasi dimensi *smart tourism destination* sebagaimana mestinya.

Menurut De Ávila, Lancis et al (2015) terdapat empat pondasi untuk dimensi *smart tourism destination*, antara lain teknologi (*21st century tourist information, free wi-fi, mobile apps, QR Codes, online maps*), inovasi (promosi wisata online, komunikasi dengan aplikasi online, pengembangan produk wisata), aksesibilitas (kemudahan transportasi wisata, akses layanan informasi wisata) dan *sustainability* (peningkatan perdagangan/perkebunan, kerajinan tangan, pemeliharaan warisan

budaya). Artikel kedua membahas *smart tourism destination* Kota Bandung berdasarkan pada variabel tersebut dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *smart tourism destination* pada *tourist experience*. Hasilnya adalah benar bahwa *smart tourism destination* berpengaruh terhadap *tourist experience*, sehingga tantangan selanjutnya adalah *maintenance* di sektor pemasaran destinasi dan penyediaan akses yang memudahkan wisatawan seperti transportasi terpadu khusus, teknologi yang terintegrasi dengan baik, serta terdapat pembayaran secara *cashless* atau QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Kemudahan pembayaran tentu harus menjadi *consent* mengingat pariwisata berkontribusi sebanyak 72% (melalui pajak) terhadap pemasukan daerah Kota Bandung (ISSUU, 2018).

*Smart tourism* sangat berpotensi untuk dikembangkan di Kota Bandung karena kota ini disebut juga dengan kota Pariwisata dan Fashion. Maka dari itu, Disbudpar dan Diskominfo kota Bandung mengatakan bahwa tantangan yang sedang mereka fokuskan untuk pembangunan pariwisata Bandung adalah fasilitas dan infrastruktur (Utami, 2020). Meskipun membahas tentang potensi Bandung sebagai kota Pariwisata menurut organisasi pendukung kegiatan pariwisata yaitu Disbudpar, Diskominfo, Dishub, PHRI, dan ASITA, artikel ini juga membahas mengenai tantangannya. Membahas mengenai fasilitas dan infrastruktur kota tidak akan ada habisnya karena berkaitan dengan kualitas hidup dan kenyamanan semua pengguna, maka dari itu pemerintah daerah dan organisasi pariwisata Kota Bandung menegaskan bahwa meskipun kini Bandung belum sepenuhnya menerapkan konsep *smart tourism* tapi kedepannya Kota Bandung akan menjadi destinasi *smart tourism* karena tren pembangunan pariwisata di Bandung yang disiapkan untuk memperluas konektivitas antar kota dan negara.

Berdasarkan artikel-artikel diatas penulis menyimpulkan bahwa penerapan konsep *smart tourism* di Kota Bandung kini masih belum sepenuhnya dilakukan. Keterbatasan pengetahuan *stakeholder* mengenai penerapan teknologi pada fasilitas dan infrastruktur yang ada di konsep *smart tourism* menjadi tantangan paling besar di antara tantangan dan hambatan lainnya. *Smart tourism* seharusnya memiliki nilai berkelanjutan dan dampak positif terhadap masyarakat khususnya wisatawan dalam melakukan aktivitas pariwisata (Rahmat, 2021) karena tujuan utamanya adalah mempermudah pekerjaan manusia menggunakan teknologi berupa *artificial intelligence*, robot, otomasi, big data, *internet of things*, dan lain-lainnya. Teknologi tersebut diaplikasikan pada fasilitas dan infrastruktur penunjang kegiatan wisata untuk menggantikan kebiasaan pariwisata tradisional namun pada nyatanya hal tersebut masih belum dilakukan karena integrasi antara *stakeholder* yang kurang.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa selain memperoleh banyak manfaat, pengembangan *smart tourism* di Kota Bandung juga memiliki banyak tantangan. Diantaranya adalah komunikasi dan keterkaitan antar *stakeholder*, penerapan teknologi yang *sustain*, pemasaran destinasi, hingga fasilitas dan infrastruktur penunjang kegiatan wisata. Tantangan ini sudah seharusnya dipertimbangkan dalam pembangunan pariwisata dan didukung oleh seluruh *stakeholder* supaya pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan optimal dan diterima oleh semua organisasi pariwisata. Penggunaan teknologi merupakan kunci dari konsep *smart tourism* sehingga dibutuhkan sinergi dan dukungan dari semua pihak yang terlibat baik secara internal maupun eksternal. Penelitian ini hanya berfokus pada tantangan pengembangan

*smart tourism* di kota Bandung, sehingga kedepannya dibutuhkan penelitian lanjutan dengan skala yang lebih besar untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat untuk mengatasi tantangan yang ada.

#### DAFTAR PUSTAKA

Bachrian, Fauzan. 2021. Implementasi Bandung Smart City untuk Mewujudkan Smart Tourism Destination. Jurnal Destinasi Pariwisata Vol.9 (2): 458-476, <http://dx.doi.org/10.24843/JDEPAR.2021.v09.i02.p26>

Firman, Afrizal et al. 2022. The Impact of Eco-Innovation, Ecotourism Policy and Social Media on Sustainable Tourism Development: Evidence from The Tourism Sector of Indonesia. Economic Research-Ekonomiska Istraživanja, <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2143847>

Gretzel, Ulrike et al. 2015. Smart Tourism: Foundations and Developments, [https://www.researchgate.net/publication/280719315\\_Smart\\_tourism\\_foundations\\_and\\_developments?enrichId=rgreq-eaee7812f6a2aec89aeb2ad6b1de5677-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4MDcxOTMxNTtBUzoyNTkxNzE3MTUxMjExNTJAMTQzODgwMjc2MDA5OQ%3D%3D&el=1x2&esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/280719315_Smart_tourism_foundations_and_developments?enrichId=rgreq-eaee7812f6a2aec89aeb2ad6b1de5677-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4MDcxOTMxNTtBUzoyNTkxNzE3MTUxMjExNTJAMTQzODgwMjc2MDA5OQ%3D%3D&el=1x2&esc=publicationCoverPdf)

LAPI, I., 2013. Laporan Akhir: Penyusunan Rencana Induk Bandung Kota Cerdas (Smart City). Bappeda, Bandung.

Lestari, Forina et al. 2022. Towards Smart Tourism Development in City Branding Era di Indonesia, [http://dx.doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7\\_27](http://dx.doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7_27)

Mursalim, Siti. 2017. Implementasi Kebijakan Smart City di Kota Bandung. Jurnal Ilmu Administrasi Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi Vol.14 (1): 126-138, <http://dx.doi.org/10.31113/jia.v14i1.1>

Pribadi, Teguh. 2021. The Challenges in Developing Smart Tourism: A Literature Review. *Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan* Vol.5 (2): 254-258, <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v5i2.3462>

Rahmat, Acep et al. 2021. A Literature Review on Smart City and Smart Tourism. *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol.1 (12): 2255-2262, [https://www.researchgate.net/publication/351116757\\_A\\_LITERATURE\\_REVIEW\\_ON\\_SMART\\_CITY\\_AND\\_SMART\\_TOURISM?enrichId=rgreq-2040552b59f70f79374a388fb5d21910-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM1MTEwNjc1NztBUzozMDE3MjY0OTc1Mzk2ODY0QDE2MTk1NDYyNzgzODQ%3D&el=1\\_x\\_2&esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/351116757_A_LITERATURE_REVIEW_ON_SMART_CITY_AND_SMART_TOURISM?enrichId=rgreq-2040552b59f70f79374a388fb5d21910-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM1MTEwNjc1NztBUzozMDE3MjY0OTc1Mzk2ODY0QDE2MTk1NDYyNzgzODQ%3D&el=1_x_2&esc=publicationCoverPdf)

Ray. 2022. Bandung Jadi yang Terbaik dari 100 Smart City Indonesia. Diakses di <https://www.bandung.go.id/news/read/6006/bandung-jadi-yang-terbaik-dari-100-smart-city-indonesia> 28 Juni 2023

Sari, Linda. 2020. Tourist Experience dari Smart Tourism Destination, Studi Kasus di kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* Vol.3 (2): 130-141, <http://dx.doi.org/10.17509/jithor.v3i2.25157>

Siagian, Hendra. 2023. Mengenal Revolusi Industri 5.0. Diakses di <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-lahat/baca-artikel/16023/Mengenal-Revolusi-Industri-50.html> 27 Juni 2023

Utami, Dwiesty. 2020. Potential of Smart Tourism Destination in Bandung City. *Test Engineering and Management* Vol.83: 7668-7675, [https://www.researchgate.net/publication/340922895\\_Potential\\_of\\_Smart\\_Tourism\\_Destination\\_in\\_Bandung\\_City?enrichId=rgreq-9210cf5ffa2a77391458b958db202a8f-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MDkyMjY0OTc1Mzk2ODY0QDE2MTk1NDYyNzgzODQ%3D&el=1\\_x\\_2&esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/340922895_Potential_of_Smart_Tourism_Destination_in_Bandung_City?enrichId=rgreq-9210cf5ffa2a77391458b958db202a8f-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MDkyMjY0OTc1Mzk2ODY0QDE2MTk1NDYyNzgzODQ%3D&el=1_x_2&esc=publicationCoverPdf)